



استراتژی مورد استفاده مشتریان برای مذاکره قیمت 6 تیم تحریریه اقیانوس آبی

شما به عنوان صاحب یک کسب و کار و یا فروشنده، قطعاً مدت زمان زیادی را به بررسی **استراتژی های قیمت گذاری** اختصاص می دهید، با استفاده از یک روش قیمت گذاری، محصول خود را به بازار عرضه می کنید و در جلسات فروش، تمام تکنیک های **قیمت دادن به مشتری** را رعایت می کنید. اما به دلیل اینکه مشتریان از قبل با تکنیک های چانه زنی در مورد قیمت آشنا هستند و می دانند که می توانند با مذاکره قیمت سود خود را افزایش دهند، با شما چانه می زنند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به **اقیانوس آبی** سر بزنید.

اگر شما نتوانيد به درستي به اين گفتگو پاسخ دهيد، ممکن است در نهايت بازنده مذاکره شما باشيد. بنابراین، بهتر است به طور جدی تری به یادگیری تکنیک های مرتبط با مذاکره قیمت و پاسخ به مطالبات مشتریان در رابطه با قیمت بپردازيد تا بتوانيد در [بازار رقابتي](#) با موفقیت به فعالیت خود ادامه دهيد. از طریق این مقاله، ما در [اقيانوس آبي](#) سعی داریم استراتژی های مورد استفاده مشتریان برای مذاکره قیمت را آموزش دهيم.



چرا باید مهارت مذاکره قیمت را به خوبی یاد بگیریم؟

برخی از مشتریان به شیوه های خاصی عادت دارند تا قیمت شما را پایین بیاورند. شاید آن ها درباره مذاکره قیمت

[price negotiation](#) در کتاب ها خوانده باشند و یا به آن ها آموزش داده شده باشد تا چگونه از

استراتژی های فشاری استفاده کنند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

وقتي مشتريان از اين مدل استراتژي ها استفاده مي کنند، هدف آن‌ها به طور كلي رسيدن به بيشترين سود است. به عنوان مثال، مشتريان با تجربه، مي دانند که بسياري از فروشندگان در لحظه معامله خيلي خوب مذاکره مي کنند و از ترفندهاي عجيب و غريبي استفاده مي کنند، پس تمام تلاش خود را مي کنند که خودشان برنده معامله باشند.

بيشتر بخوانيد: [تکنیک های تخفیف دادن به مشتری](#)

اگر شما زمان زيادي را صرف برقراري ارتباط و ارائه ارزش به خريدار کرده باشيد، احتمالاً در لحظه نهايي که خريدار ارزش بيشتري را از شما طلب مي کند ناراحت خواهيد شد.

در اين نقطه، براي فروشنده به جاي مذاکره قيمت و بررسي نگراني هاي خريداران، پاسخ مثبت دادن به درخواست هاي خريدار، راحت تر است. اما يک فروشنده با تجربه مي تواند اقداماتي انجام دهد تا از منافع خود دفاع کند و در عين حفظ رابطه با خريدار، اقداماتي را به نفع سازمان خود انجام دهد.

مشتري ميداند که فروشنده هنگام معامله خوب مذاکره ميکند و ترفندهاي زيادي بلد است، پس تمام تلاشش را براي برنده شدن در خريد مي کند.



براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

حتی یک تخفیف کوچک هم می‌تواند عواقب زیادی به دنبال داشته باشد. اعلام یک تخفیف کوچک ممکن است منجر به کاهش حاشیه سود شود و سطح انتظار دریافت تخفیف بیشتر در خریدار را بالا ببرد. برخلاف فلسفه متداول فروش، رویکرد برنده-برنده همیشه صحیح نیست.

رویکرد برنده-برنده

رویکرد برنده-برنده در فروش یک استراتژی است که به هدف ایجاد یک توافق متقابل بین فروشنده و خریدار می‌پردازد.

این رویکرد به طور کلی با عنوان "رویکرد برنده-برنده" یا "رویکرد موفقیت مشترک" است. ایده اصلی پشت این رویکرد این است که هر دو طرف در معامله باید احساس کنند که در نهایت به یک توافق مناسب دست یافته‌اند و فروشنده نباید برای این توافق، بیش از حد تلاش کند تا به سوددهی بالایی برسد.

برای استفاده از رویکرد برنده-برنده در فروش، فروشنده باید تمرکز خود را بر روی درک نیازها و میل خریدار قرار دهد و سپس سعی کند تا یک راه حل پیدا کند که نیازهای هر دو طرف را برآورده کند. این می‌تواند شامل مذاکره، توافق و حل مسئله‌های خلاقانه باشد. هدف این است که یک وضعیت ایجاد شود که فروشنده و خریدار هر دو احساس کنند هدف خود را به دست آورده‌اند.

در فرهنگ ایرانی، ساختن یک رابطه مورداعتماد و قابل احترام بخشی از استفاده از رویکرد برنده-برنده در فروش است. مردم ایران ارتباطات شخصی را بسیار ارزشمند می‌دانند و ترجیح می‌دهند که با افرادی که می‌شناسند و به آن‌ها اعتماد دارند، کسب و کار کنند. بنابراین، ساختن یک رابطه قوی با خریدار می‌تواند احتمال موفقیت در فروش با استفاده از رویکرد برنده-برنده را افزایش دهد. همچنین

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

مهم است که فروشنده صبور باشد و از قرار دادن فشار زياد بر روی خريدار خودداری کند، زیرا اين ممکن است منجر به شکست مذاکرات شود.

پاسخ دادن به خواسته های خريدار و مقابله با انتقادات قيمت امری ساده نبوده و ممکن است به نتايج مطلوب نیز نرسيد. بهتر است قبل از شروع مذاکره، تاکتیک های مذاکره را به خوبی بشناسيد و با استفاده از آن ها، خريدار را درگير کنید و به او نشان دهید که در صورت همکاری با شما، به دستاوردهای مطلوبی می رسد.

با به کارگیری تکنیک های مناسب مذاکره، احتمال موفقیت در جذب خريدار و موفق شدن در معامله بالاتر می رود. پیشنهاد می کنیم مقاله [تکنیک های مذاکره موفق با مشتری](#) را حتما بخوانيد.

در رویکرد برنده - برنده، فروشنده و خريدار هر دو احساس می کنند هدف خود را به دست آوردند، که البته سود بالایی برای فروشنده نخواهد داشت.



چگونه خريداران در مورد قيمت مذاكره مي كنند؟

در مذاكرات خريد و فروش، خريداران ممكن است از روش‌هاي مختلفی براي مذاكره قيمت استفاده كنند. برخي از اين روش‌ها عبارتند از:

- پيشنهاد يك قيمت براي تثبيت محدوده چانه زني توسط مشتري
- رد كردن اولين قيمت پيشنهادهي توسط مشتري
- متعجب شدن مشتري از قيمت پيشنهادهي شما
- چنگ زدن خريدار به راه حل‌هاي جديد جهت به دست آوردن امتيازات
- ترغيب كردن فروشنده به پذيرش کاهش قيمت توسط مشتري
- ايجاد حس فوريت مثل تهديد به ترك مغازه توسط مشتري

پيشنهاد يك قيمت توسط خريدار براي تثبيت محدوده چانه زني

خريدار در ابتدا بوجه كمی را به اشتراك می گذارد تا زمينه را برای شروع چانه زنی با قيمت پايين فراهم کند. مثلا می گوید: "ما قصد داريم حداكثر 10.000.000 تومان برای اين مورد صرف كنيم".

چگونه بايد به اين نوع مذاكره پاسخ بدهيد؟ بهتر است ابتدا شما قيمت را پيشنهاد بدهيد. منتظر نباشيد تا خريدار قيمت اعلام کند، در واقع، قبل از مشتري اين کار را انجام دادن یکی از قوانين اساسی مذاكره است. اگر به هر دليلی مشتري بازه قيمتی خودش را اعلام کرد، عدد پيشنهادهي آن‌ها را بدون اينکه پذيريد مورد ارزيابی قرار بدهيد. مثلا بپرسيد که چگونه به اين عدد رسیده‌اند؟ هدف اين است که بفهميد آیا اين عدد واقعی است يا یک حيله است.

برای مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



رد کردن اولین قیمت پیشنهادی توسط خریدار

این یکی از متداولترین تکنیک های مشتریان است که همیشه بر روی قیمت اولیه ارائه شده اعتراض می کند. مثلاً وقتی شما برای اولین بار به او قیمت را بگویید. می گوید: "قیمت شما بیش از حد بالا است".

چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟ در برخورد با این روش، حواستان به نقطه قدرت برای تغییر قیمت باشد. اگر قیمتی که ارائه کرده‌اید مبتنی بر ارزش و مزیت هایی است که برای خریدار ایجاد می کنید، قابل توجیه است، باید برای او توضیح دهید که چگونه به این عدد رسیده‌اید. نشان دهید که چگونه محصول یا خدمات شما بهترین گزینه برای اوست و چگونه برای او ارزش ایجاد می کنید.

در عین حال، با دقت به اعتراضات مشتریان گوش دهید. ممکن است نقاط ضعف خودتان یا مواردی که برای خریدار مهم هستند را متوجه شوید. با بررسی و مذاکره بر روی این نکات، می توانید ارزش و قابلیت خود را بیان کنید و احتمالاً نظر مشتری را نسبت به قیمت محصولتان عوض کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



متعجب شدن مشتری از قیمت پیشنهادی شما

ظاهراً مشتری از قیمتی که شما اعلام کرده داده‌اید، شوکه یا گیج شده است و با تعجب می پرسد :
"چند؟"

چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟ نسبت به شوک زدگی و واکنش‌های غیرضروریشان بی‌تفاوت باشید و منتظر باشید تا حالت تئاتری از بین برود. یادتان باشد که منتظر بمانید نه با عجله پاسخ بدهید. بعد از آنها بپرسید چرا به نظرشان گران بها به نظر می رسد. اغلب دلیل ارائه شده توسط مشتری در این زمان اشتباه است و شما می توانید بر اساس آن گفت‌وگویی را آغاز کنید.

در این نوع مواجهه با اعتراض به قیمت، مهم است که به خریداران کمک کنید تا اثر مثبتی که راه حل شما بر آنها خواهد داشت را درک کنند تا بتوانند این سرمایه‌گذاری را توجیه کنند.



برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

چنگ زدن مشتري به راه حل هاي جديد جهت به دست آوردن امتيازات

مشتري مي‌گويد: "مي دانم كه به شما گفتم سفارش اوليه ما شامل 5,000 واحد با 5 مؤلفه است، اما در ابتدا فقط به 500 واحد و 2 مؤلفه نياز داريم. من تقسيم را انجام داده‌ام، پس قيمت بايد..." در اين سناريو، خريدار سعي مي‌كند راه‌حل را بازگشايي كند تا تسهيلاتي به دست آورد و فرض مي‌كند قيمت واحد همچنان ثابت خواهد ماند.

چگونه بايد به اين نوع مذاكره پاسخ بدهيد؟ به اين مسئله بايد مستقيم و بدون حاشيه رفتن جواب بدهيد با بيان جمله اي مانند "بايد قيمت‌گذاري را براساس دامنه و شرايط جديد مرور كنم و بعدا به شما اعلام خواهم كرد".

ممکن است مشتریان طوری عمل کنند که این شرایط جدید به طور ناگهانی به وجود آمده است و هیچ کاری قابل انجام نیست، اما به یاد داشته باشید، شما نیازی به پذیرش تغییر شرایط و نظر مشتری ندارید. در یک بحث مشارکتی برای شرایط جدید به مذاکره قیمت بپردازید.



ترغيب كردن فروشنده به پذيرش کاهش قيمت توسط مشتري

خريدار مي‌گويد: "شما بايد بهتر از اين عمل كنيد. ما نياز داريم كه به قيمت كمترى آن را بخريم".

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

گاهی اوقات، مشتری ممکن است پیشنهادی برای خرید با قیمت کمتر ارائه دهد. این یک تکنیک رایج است که برای "ترغیب شما" برای پذیرش کاهش قیمت به کار می‌رود.

چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟ از پرسیدن سوال "خب، چه قیمتی مد نظرتان است؟" خودداری کنید. این یک تله است. به جای آن، تمرکز خود را بر روی سؤالاتی مانند "چرا؟" و "با چه چیزی ما را مقایسه می‌کنید؟" قرار دهید. در مورد تمایز رقابتی محصولی که شما ارائه می‌دهید پافشاری کنید. اگر شما سعی کنید راهکارهای جدید ارائه دهید، خریدار گاهی اوقات از موضع تخفیف گرفتن عقب خواهد نشست.

تمرکز خود را بر روی آنچه باعث می‌شود راهکار شما بهترین انتخاب باشد بگذارید. مثلاً از قبل لیستی از ویژگی‌های متمایز محصولتان برای مذاکره آماده داشته باشید و آماده تبادل و مذاکره باشید، نه تسلیم شدن.



ایجاد یک حس فوریت توسط مشتری مثل تهدید به ترک کردن مغازه

خریدار می‌گوید: "اگر محصول را با قیمتی که می‌خواهم ندهید می‌روم و از رقیبتان خرید می‌کنم." در این استراتژی، مشتری از فشار زمان برای کاهش قیمت فروشنده استفاده می‌کند. منظورش این است که: "اگه تو موافقت نکنی، کسی دیگه میاد و قبول می‌کنه."

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

چگونه بايد به اين نوع مذاكره پاسخ بدهيد؟ هيچان زده نشويد و قيمت را به طور ناخودآگاه کاهش ندهيد. بيان نظرتان را به تعويق بيندازيد، تا زمان كافي براي فكر كردن داشته باشيد. از مشتري فرصت بخواهيد و بگوييد: "در حال حاضر در حال انجام كار ديگري هستم. به زودي بررسي مي كنم و به شما اطلاع مي دهم".

بايد تصميم بگيريد كه اين يك تهديد واقعي است يا فقط يك تظاهر است. خريدار ممكن است با رقبائتان هم در حال مذاكره باشد و از اين روش در برابر آنها نيز استفاده كند. اما ممكن است شما ارزش بيشتري را ارائه دهيد و خريدار همچنان تصميم به همكاري با شما بگيرد.



چگونه براي مذاكره قيمت آماده شويم؟

علاوه بر شناختن تاکتيک‌ها، خود را براي مديريت اعتراضات قيمتي آماده كنيد با رعايت 6 قانون اساسي مذاكره فروش.

1. ايجاد ارزش
2. رهبري مذاكره
3. تأثير گذاري بر احساسات
4. معامله كنيد. تسليم نشويد

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



5. برنامه‌ريزي براي برنده شدن

6. هميشه آماده رها کردن باشيد

بيشتر بخوانيد : [نكات و فون مذاكره موفق](#)

شناخت تاکتيک‌ها و آماده شدن

اکنون که توانايی شناسايی استراتژی های مذاکره قيمت مشتري را داريد، براي مذاکره بعدي خود، با انديشيدن به اينکه چگونه به آنها پاسخ خواهيد داد، آماده شويد. وظيفه شما است که به عمق مسائل واقعي بپردازيد.

هميشه به خاطر داشته باشيد که در حالیکه نبايد تسليم، می‌توانيد معامله کنيد. فروشندگان خوب تمايل دارند دامنه کار را تغيير دهند يا به احتمالات ديگري بپردازند به جای فقط تغيير قيمت. حتی اگر مجبور شديد قيمت را کاهش دهيد، هرگز چيزی را رایگان ارائه ندهيد. به همين دليل “معامله کنيد، تسليم نشويد” یکی از برترين استراتژی‌های مذاکره استفاده شده توسط فروشندگان است.

قدرت مذاکره شما در ارائه ارزش قرار دارد؛ با توانايی گوش دادن، بيان ارزش و همکاري در يافتن راهکار، می‌توانيد اعتراضات خريدار را رفع کرده و [افزايش فروش](#) داشته باشيد.

براي مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.